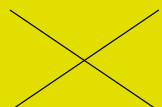


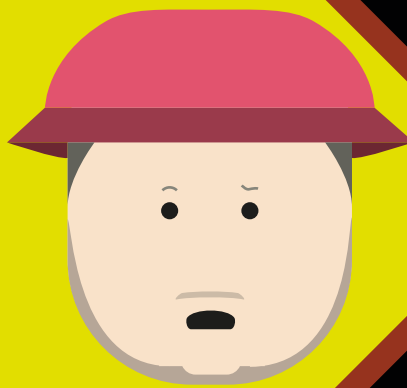
Intime



THOMAS
BROUCHON



BORIS
LAVERGNE



créa

Enchantés,

nous sommes un team créa junior de l'ISCOM Montpellier aspirant à gagner des Lions d'or. Pour cela, nous souhaiterions être formés pendant un stage de trois mois du 5 Janvier au 20 Mars 2015 par des créatifs acceptant de partager leur savoir. L'un comme l'autre, nous sommes passionnés de publicité innovante et nous aimons réfléchir ensemble à de nouveaux concepts et de nouvelles manières de communiquer.

Pour ce qui est de nos compétences, Boris maîtrise la suite CC et a réalisé tous les visuels que vous verrez dans ce book, Thomas, quant à lui, ne sort jamais sans son Bescherelle et s'est occupé de la conception-rédaction.

Dans les pages qui suivront, vous allez voir des campagnes fictives. Plutôt que de vous montrer ce que l'on a fait, on préfère vous montrer ce que l'on est capable de faire.

Notre motivation est au rendez-vous, nous espérons que vous prendrez autant de plaisir à consulter ce book que nous avons pu en prendre à le réaliser.



IL Y A PLUS D'UNE RAISON



Il y a plus d'une raison d'utiliser **Kleenex**



Je te quitte.

Il y a plus d'une raison d'utiliser **Kleenex**



LA CHASSE AUX SNEAKERS



Annonceur :

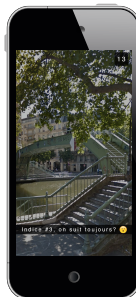
ER Souliers de skate

Jeune marque de chaussures urbaines

Problème :

Il est souvent difficile pour une jeune marque de trouver des moyens de communication efficaces et adaptés à son budget.

Comment se démarquer et attirer l'attention du consommateur tout en réduisant les frais de l'opération ?

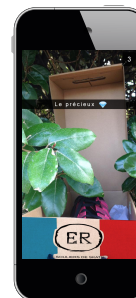
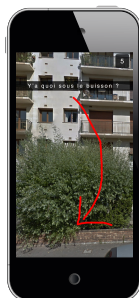
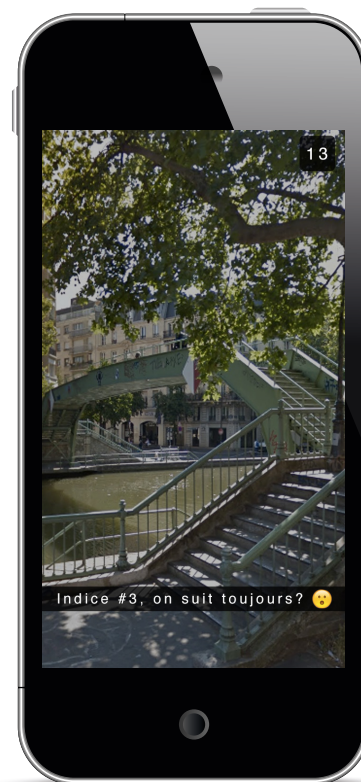


LA CHASSE AUX SNEAKERS

Solution :

Organiser une chasse aux sneakers sur Snapchat. La marque crée un compte officiel pour l'opération et cache une de ses plus belles paires de sneakers en plein centre-ville parisien. Elle se sert ensuite de sa Story pour enregistrer une série de clichés indiquant le chemin à parcourir pour arriver aux précieux souliers. Il lui suffit enfin d'annoncer l'opération sur l'ensemble des autres réseaux sociaux sur lesquels elle est présente.

L'avantage principal d'utiliser Snapchat est la proximité avec la cible, de plus, l'opération n'aura coûté qu'un seul produit de la marque, et ne nécessite aucune mécanique difficile à mettre en œuvre.



TROP DE NOTIFICATIONS ?



Trop de notifications ?
Pas assez de destinations ?

Trouvez aujourd'hui le voyage qu'il vous faut.

Recherchez et réservez des vols pas chers, des billets d'avion, des hôtels, des séjours et des voitures de location avec KAYAK. Recherchez les tarifs de centaines de sites de voyage et retrouvez nos meilleures offres de vol.

KAYAK®

Annonceur :

Kayak

Comparateur de voyages

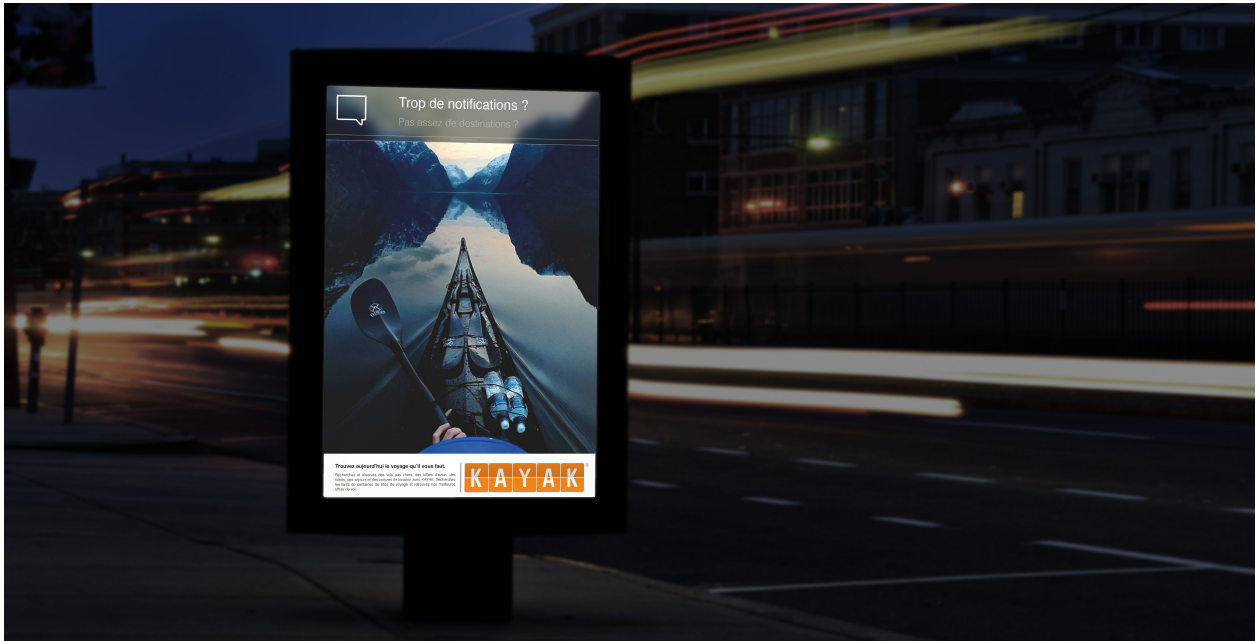
Problème :

Bien que pratiques, les smartphones monopolisent constamment notre attention et peuvent devenir une réelle source de stress. Nous sommes tous prêts à recevoir une notification à toute heure du jour et de la nuit, sans jamais prendre le temps de se détendre... et de penser aux voyages.

TROP DE NOTIFICATIONS ?

Solution :

Jouer sur ce conditionnement pour attirer l'attention du consommateur : installer dans la rue un dispositif sonore simulant le son d'une notification et filmer la réaction des passants. Pris au piège, ces derniers regarderont leur smartphone avec incompréhension, avant de poser leurs yeux sur l'affiche. Ce dispositif permettra notamment de réaliser une vidéo diffusable sur les réseaux sociaux.



SANS FOIE NI LOI



Annonceur :

N'importe quel organisme de prévention

Problème :

De plus en plus de jeunes se mettent à boire de l'alcool très tôt malgré les campagnes de prévention choc régulièrement réalisées. Cette tendance grave doit être prise au sérieux, et la manière de s'adresser aux jeunes doit évoluer.

Solution :

Premièrement, il faut aller voir les jeunes là où ils sont : sur les réseaux sociaux. Ensuite, il ne faut plus essayer de les dissuader, ils n'ont pas peur, ils sont jeunes. Il faut passer d'un discours de maman à un discours de grand frère, les accompagner et les informer avec humour sur les effets et dangers de l'alcool. Sans Foie Ni Loi serait ce dispositif web plein d'astuces et d'infos utiles sur la consommation d'alcool, incitant à la viralité avec des informations insolites et des touches d'humour actuelles.

SANS FOIE NI LOI

Il comprendrait une page Facebook qui contiendrait l'ensemble des informations, mais aussi un compte Twitter pour les relayer et un compte Instagram pour partager les visuels.

Sans Foie Ni Loi serait également un mini-guide de soirée pliant et transportable partout, à imprimer chez soi et téléchargeable sur le net, mais aussi distribué lors des concerts et festivals afin de toucher le plus efficacement les jeunes.

**SANS
FOIE
NI LOI.**

MON POTE FAIT UN
COMA ÉTHYLIQUE
QU'EST-CE QUE JE DOIS FAIRE ?
LA FICHE PRATIQUE N° 6



(rappelle-toi, les pâtes carbo sont en chemin). Ça y est, ton pote est en PLS et ne s'étouffera pas dans son vomi. Tu viens de lui éviter une mort nulle.

Bon, ton pote a trop bu, il a arrêté de faire des blagues lourdes et commence lentement à s'endormir. Déjà, dis-toi bien que la soirée s'arrête là pour vous, ensuite, suis les étapes de ce manuel et tu lui éviteras le pire. Est ce que tu arrives à lire ceci ? Parfait, tu es l'homme (ou la femme) de la situation, sinon, laisse faire quelqu'un de moins bourré que toi.

1) TON POTE A DES BRAS ? SUPER, ON VA POUVOIR LE METTRE EN PLS.

Tôt ou tard, ton pote va rendre le méga plat de pâtes carbo que vous vous êtes envoyé avant de sortir, et ça serait mieux qu'il ne s'étouffe pas avec. La PLS (Position Latérale de Sécurité) va permettre à ton pote d'être le plus confortablement installé en attendant l'arrivée des pompiers.

Une fois qu'il est sur le dos, agenouille-toi à ses côtés, en mode Belle au bois dormant, puis prend sa main la plus éloignée de toi et mets sa paume contre son oreille la plus proche de toi. Si t'as du mal à comprendre cette étape, regarde le petit dessin en bas à droite. Ensuite, fais le pivoter vers toi pour qu'il soit allongé sur le côté, sa tête reposant sur sa main. Fléchis ensuite son genou supérieur et ouvre doucement sa bouche

2) APPELE LES SECOURS.

Leur 06 c'est le 112, donc prend ton téléphone et ta plus belle voix et dis leur exactement où est ce que vous êtes et ce qu'il se passe. Si t'as été bon et que t'as donné la bonne rue ils devraient arriver en peu de temps.

3) IMMORTALISE LE MOMENT EN ATTENDANT LES POMPIERS.

Tu pourras te servir de ces clichés pour rappeler à ton pote que l'alcool rend con.



LE TOP 3

DES BONNES RAISONS

DE NOUS

CHOISIR

NUMÉRO

1

Une cohésion hors du commun et une complémentarité efficace : nous aimons challenger nos idées afin de constamment nous remettre en question et nous permettre d'imaginer les concepts de demain. De plus, Thomas bénéficie d'une troublante ressemblance avec Dan Bilzerian.

NUMÉRO

2

La fraîcheur et l'ambition : nous avons une vision du monde non conventionnelle que notre jeunesse nous pousse à défendre. Dynamiques, notre audace vous surprendra presque autant que Boris en afterwork (d'ailleurs, c'est combien de fois par semaine ?).

NUMÉRO

3

L'autonomie et l'adaptation : Parce que nous sommes autant dans l'action que la réflexion, nous sommes parfaitement capables de travailler seuls comme en équipe. Nous avons tous deux déjà travaillé en agence et connaissons le travail intensif qu'elle génère.

CARACTERISTIQUES



T H O M A S
B R O U C H O N

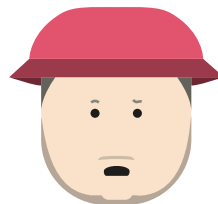
(alias La Brouch')

20 ANS

Diplômé d'un Bac S en 2011, il a passé 2 ans en école d'ingénieur avant de se découvrir une passion pour la pub. Il étudie actuellement à l'**ISCOM** en 2ème année de Market / Pub.

Il a effectué un stage de 2 mois dans l'agence **Tequilarapido** à Nice en début d'année en tant que planneur stratégique, où il a pu devenir expert en *benchmark* et en *brainstorming*. Cet été, il a pris le poste de *consultant stratégique* dans la start-up **BonjourShangai**, où il a pu participer à l'organisation d'un séminaire pendant 2 autres mois de stage intensif à Paris.

À part ça, il aime les **fajitas** et perdre son temps sur **Wikipédia**.



B O R I S
L A V E R G N E

(alias Le Bow)

18 ANS

Diplômé d'un Bac ES en 2013, il étudie aujourd'hui à l'**ISCOM** en 2ème année de Market / Pub.

Il a découvert les joies des services de communication interne durant 2 mois chez l'**EFS** à Montpellier en début d'année, où il a pu tout apprendre du *community management* et des *relations presse*. Puis, il s'est brillamment illustré cet été durant 3 mois dans l'agence **Klarté** en tant qu' *Assistant Directeur Artistique*, où il a su dompter la suite Adobe et ses raccourcis clavier.

En dehors des études, Boris aime le **sport**, même s'il se blesse souvent. Il est également amateur de **nouvelles tendances** et de **cultures urbaines**.

Bravo !

TU ES ARRIVÉ AU TERME DE CE
FASCICULE NUMÉRIQUE,
NOUS ESPÉRONS QU'IL T'A PLU.

Pour commander ton intime créa, il suffit d'appeler Thomas
au **07.50.89.53.55**. Si tu préfères appeler Boris, pas de
problème, il te faudra composer le **06.71.46.02.34**. Enfin,
si tu n'es pas branché téléphone, nous sommes munis
d'adresses mails : **thomas.bouchon@iscom.org** pour le
CR ; **boris.lavergne@iscom.org** pour le DA.



LIVRAISON PREVUE JANVIER 2015

